# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 24 décembre 2014

Mediametrie

# L'audience de l'Internet mobile en France en Octobre 2014

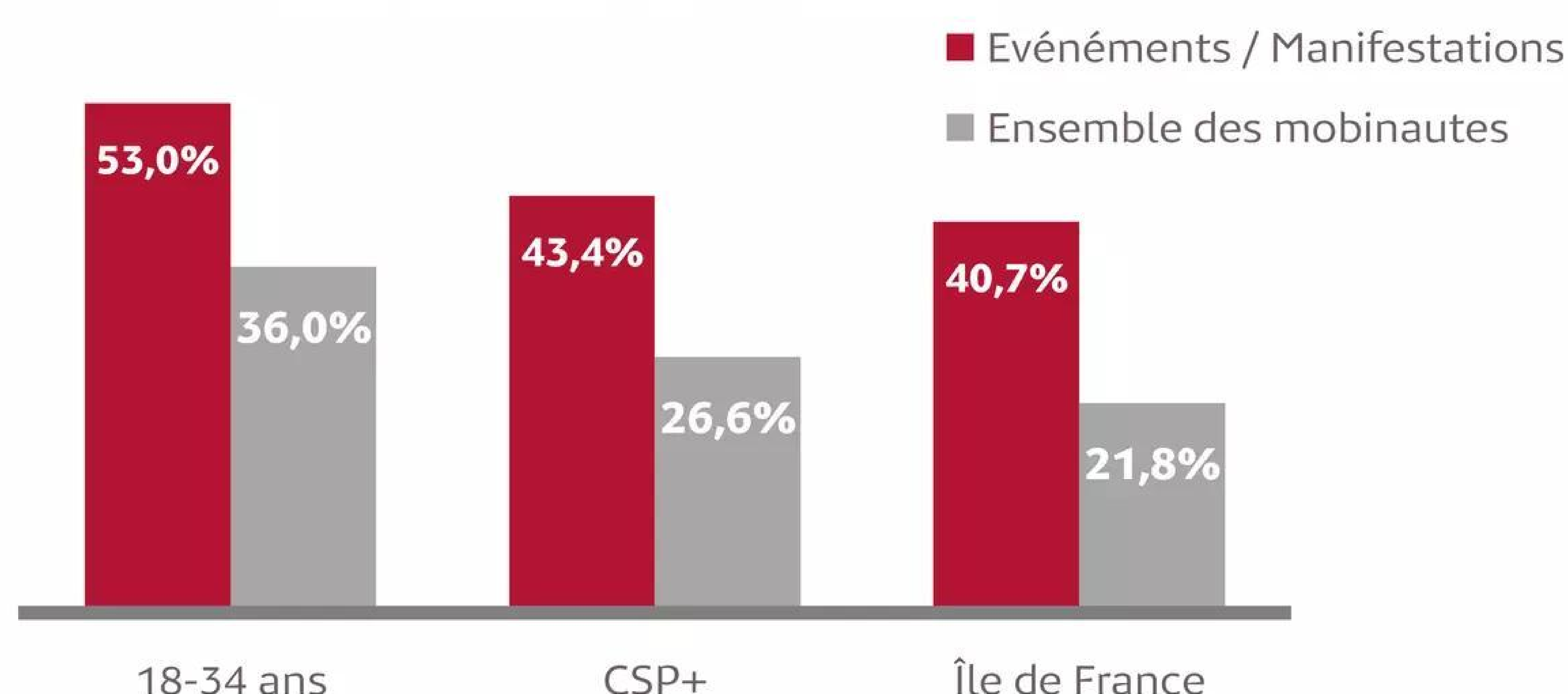
## +42% des réservations de sorties et de spectacles sur mobile en 6 mois

En octobre 2014, 6,3% des mobinautes se sont rendus sur les sites et applications de la sous-catégorie « Evénements / Manifestations », rassemblant les réseaux de billetterie et les sites et applications d'événements en France. La sous-catégorie enregistre une des plus fortes progressions d'audience depuis avril 2014 : +42% en 6 mois soit 2,1 millions de visiteurs uniques au total.

Les plus grands amateurs de ces réseaux de billetterie sur mobile sont les 18-34 ans et les CSP+. Chacune de ces cibles représentent respectivement 53% et 43,4% de l'audience de la sous-catégorie alors qu'ils composent 36% et 26,6% de la population mobinaute.

La Fnac avec Fnac Spectacles et Fnac Tick&Live, Vente-privée avec son application Ticket Minute et Billet Reduc sont les billetteries les plus consultées par les mobinautes français. La diversité de l'offre culturelle à Paris et ses alentours génère une consommation plus importante de ces sites et applications par les habitants de la région parisienne. Les Franciliens composent ainsi la plus grande partie de l'audience de cette sous-catégorie : 40,7% contre 21,8% dans la population mobinaute.

**Part des 18-34 ans, CSP+ et Franciliens dans l'audience de la sous-catégorie « Evenements / Manifestations » vs. leur poids dans l'audience Internet mobile**




En moyenne sur le mois, les mobinautes ont consulté 5,8 applications et ont visité 42,2 sites distincts.

**Plus de 9 mobinautes sur 10 (90,9%) ont visité au moins un site sur mobile et plus de 17 sur 20 (86,4%) au moins une application. La mesure comprend 20 452 brands et 5 195 applications.**

Sources : Médiamétrie - Téléphonie et Services mobiles (3ème trimestre 2014) - Audience de l'Internet mobile – Octobre 2014 - Copyright Médiamétrie Tous droits réservés

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'audience de l'internet mobile en France en Octobre 2014



mediametrie // NetRatings

## Le Top 20 des Groupes*

| Rang | Groupes | Visiteurs uniques par mois En milliers |
|---|---|---|
| 1 | Google | 29 906 |
| 2 | Facebook | 25 029 |
| 3 | Orange | 12 534 |
| 4 | Apple Computer | 10 778 |
| 5 | Wikimedia Foundation | 10 460 |
| 6 | Yahoo | 10 414 |
| 7 | Dailymotion | 9 914 |
| 8 | Solocal Group | 9 468 |
| 9 | Webedia | 8 610 |
| 10 | SFR | 7 915 |
| 11 | Schibsted | 7 827 |
| 12 | Groupe Lagardere | 7 402 |
| 13 | Groupe TF1 | 7 154 |
| 14 | Groupe Figaro | 7 039 |
| 15 | Samsung Group | 7 036 |
| 16 | Groupe Amaury | 6 940 |
| 17 | Microsoft | 6 909 |
| 18 | WEB66 | 6 805 |
| 19 | King.com | 6 386 |
| 20 | CCM Benchmark Group | 6 296 |

**Groupe ou Parent :** Société actionnaire principale des brands qui lui sont rattachées. Le Parent consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

* Ce classement ne prend pas en compte l'audience des sites et applications générée en https.

Source : Médiamétrie – Octobre 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés



mediametrie // NetRatings

## Le Top 20 des Marques*

| Rang | Marques B | Visiteurs uniques par mois En milliers |
|---|---|---|
| 1 | Google | 24 632 |
| 2 | Facebook | 24 001 |
| 3 | YouTube | 19 841 |
| 4 | Orange | 11 753 |
| 5 | Apple | 10 778 |
| 6 | Yahoo | 10 401 |
| 7 | Wikipedia | 10 291 |
| 8 | Dailymotion | 9 914 |
| 9 | SFR | 7 913 |
| 10 | Leboncoin.fr | 7 812 |
| 11 | PagesJaunes | 7 746 |
| 12 | Samsung | 7 036 |
| 13 | King.com | 6 385 |
| 14 | Amazon | 5 807 |
| 15 | Shazam | 5 781 |
| 16 | Bouygues Telecom | 5 299 |
| 17 | Instagram | 5 125 |
| 18 | AlloCine | 4 690 |
| 19 | AccuWeather.com | 4 506 |
| 20 | Deezer | 4 184 |

**Marque ou Brand** : Ensemble de domaines, sous domaines, pages et/ou applications appartenant à une même marque.

* Ce classement ne prend pas en compte l'audience des sites et applications générée en https.

Source : Médiamétrie – Octobre 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'audience de l'internet mobile en France en Octobre 2014



mediametrie // NetRatings

## Le Top 20 des Sites*

| Rang | Sites BS | Visiteurs uniques par mois En milliers |
|---|---|---|
| 1 | Facebook | 23 924 |
| 2 | Google | 23 009 |
| 3 | YouTube | 18 026 |
| 4 | Wikipedia | 10 280 |
| 5 | Dailymotion | 9 909 |
| 6 | Orange | 9 335 |
| 7 | Leboncoin.fr | 6 533 |
| 8 | Apple | 5 583 |
| 9 | Amazon | 5 443 |
| 10 | PagesJaunes | 5 041 |
| 11 | Bouygues Telecom | 4 965 |
| 12 | SFR | 4 762 |
| 13 | L Equipe | 3 515 |
| 14 | Le Parisien | 3 494 |
| 15 | Le Figaro | 3 481 |
| 16 | AlloCine | 3 462 |
| 17 | Yahoo | 3 240 |
| 18 | Linternaute.com | 3 204 |
| 19 | Demotivateur.fr | 3 192 |
| 20 | France Televisions | 3 131 |

**Site :** Un site est un ensemble d'URLs sur lequel un éditeur exerce une responsabilité éditoriale. La mesure mobile intègre les URLs des sites internet consultés à partir d'un téléphone mobile, qu'ils soient optimisés pour le téléphone ou non.

* Ce classement ne prend pas en compte l'audience des sites et applications générée en https.

Source : Médiamétrie – Octobre 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'audience de l'internet mobile en France en Octobre 2014



mediametrie // NetRatings

## Le Top 20 des Applications*

| Rang | Applications | Visiteurs uniques par mois En milliers |
|---|---|---|
| 1 | YouTube | 12 517 |
| 2 | Yahoo | 8 918 |
| 3 | Apple | 8 585 |
| 4 | Google | 6 945 |
| 5 | King.com | 6 373 |
| 6 | Samsung | 6 366 |
| 7 | Orange | 5 785 |
| 8 | Shazam | 5 745 |
| 9 | SFR | 5 513 |
| 10 | Instagram | 4 575 |
| 11 | Deezer | 3 737 |
| 12 | PagesJaunes | 3 380 |
| 13 | Viber | 3 200 |
| 14 | AccuWeather.com | 3 173 |
| 15 | Leboncoin.fr | 2 866 |
| 16 | Bouygues Telecom | 2 771 |
| 17 | Windows Phone | 2 618 |
| 18 | La Chaine Meteo | 2 421 |
| 19 | Waze | 2 378 |
| 20 | L Equipe | 2 314 |

**Application mobile :** Une application mobile est un programme téléchargeable de façon gratuite ou payante et consultable à partir du système d'exploitation du téléphone. Dans la mesure mobile sont prises en compte les applications connectées au réseau opérateur (3G/4G) et consultées à partir d'un téléphone.

* Ce classement ne prend pas en compte l'audience des sites et applications générée en https.

Source : Médiamétrie – Octobre 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

## Définitions et méthodologie

### *Méthodologie*

Innovation dans le monde de l'audience, la mesure de l'Internet mobile recense l'ensemble des connexions à l'internet mobile sur les réseaux de 3 opérateurs (Bouygues Telecom, Orange et SFR), modélise les autres opérateurs, et intègre une estimation statistique de la pratique en wifi.

Mesure de référence, la mesure d'audience de l'Internet mobile a été élaborée conjointement par l'AFMM (Association Française du Multimédia Mobile), les opérateurs mobiles (Bouygues Telecom, Orange, SFR), Médiamétrie et l'ensemble des acteurs du marché publicitaire (UDA, UDECAM, Geste, SRI, MMA, Acsel).

### *Périmètre de la mesure*

La mesure d'audience de l'Internet Mobile prend en compte les usages réalisés exclusivement à partir d'un téléphone mobile via un réseau de communication mobile (GPRS / UMTS).

En complément, les résultats prennent en compte, par une estimation statistique, les usages réalisés via un réseau wifi. Cette estimation repose sur les résultats d'un échantillon de sites et d'applications mobiles fournis par des opérateurs site-centric. Ces résultats permettent d'identifier le gain d'audience apporté par les connexions réalisées via un réseau wifi. Un coefficient est ainsi déterminé afin d'estimer l'audience consolidée wifi + réseaux opérateurs, à partir de l'audience sans wifi donnée par la mesure.

Sont mesurés : les sites Internet - adaptés au mobile ou non - et les applications mobiles communicantes (connectées au réseau de l'opérateur).

Pour des raisons de confidentialité ou de contrainte technique, les usages suivants ne font pas partie de la mesure : navigation en https (pages sécurisées sur les messageries par exemple) et navigation à partir du navigateur Opéra. Plusieurs applications et sites mobiles sont sécurisés au format https (réseaux sociaux, banques, assurances, mail, portails…). Leur audience peut ne pas être prise en compte intégralement dans la mesure d'audience.

Depuis les résultats de décembre 2013, le surf des abonnés « autres opérateurs » est modélisé dans la mesure. Le calcul du poids ainsi que du profil des autres opérateurs est réalisé sur la base de l'étude de cadrage Médiamétrie : Téléphonie et Services Mobiles. Les résultats « tous opérateurs » sont ainsi obtenus par l'application d'un coefficient statistique. Le niveau « tous opérateurs » est devenu le niveau de référence de la mesure.

### *Définitions*

**Mobinaute Dernier Mois** : personne ayant effectué au cours du dernier mois au moins une des activités suivantes depuis un téléphone mobile : consulter un site ou une application mobile, consulter ou envoyer des e-mails, utiliser une messagerie instantanée, regarder la télévision sur un téléphone mobile.

**Visiteurs Uniques** : Nombre total de personnes ayant visité un groupe, une marque, un site ou une application mobile au moins une fois pour la période concernée.


Source : Médiamétrie – Octobre 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés



## *A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings*

*Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2013, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 75,2M€.*

*Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.*

*Web : www.mediametrie.fr*
*Twitter : www.twitter.com/Mediametrie*
*Facebook : www.facebook.com/Mediametrie*

**Contacts Presse :**
*Isabelle Lellouche Filliau*
Tél : 01 47 58 97 26
ilellouche-filliau@mediametrie.fr